

记者走访疫情过后的北京中关村多家创业平台——

中关村“创业咖啡”香浓依旧

经济日报·中国经济网记者 董碧娟

众创记

要问北京哪里的咖啡最“贵”？可能多数中关村。贵不是指咖啡价钱贵，而是指在这里喝咖啡的人十之八九都带着可贵的创业梦想。几杯咖啡的时间就可能获得志同道合的创业伙伴，创新创业的精气神让中关村咖啡分外“香浓”。在遭受新冠肺炎疫情冲击后，这里的“咖啡”还香吗，这里的创业故事还像从前那样动听吗？

创业企业充满活力

近日，记者来到了中关村创业大街，在保安人员的监督下，打开北京健康宝扫码进入街区。这条200多米长的大街于2014年6月正式开街，是我国第一条以创新创业为主题的特色大街，汇聚了3W、联想之星、创业黑马、氦空间、北京大学创业训练营等几十家国内外优秀的创业服务机构。

记者走进3W空间，一进门就看到工作人员正在梯子上装修墙面，办公区的工位已基本坐满，许多年轻人正在电脑前忙碌着。3W空间公关负责人关超告诉经济日报记者：“我们已经把原来位于一层的咖啡厅改造成办公场所，现在正装修的地方未来打算设置一个窗口卖咖啡。”

记者参观了3W的三层办公区，发现每一层都坐满了人。“创新创业本来就有一定风险，疫情对创业者来说确实是一个大考验，但未必是一个决定生死的考验。比如，一些帮客户做线上营销的企业，在疫情期间反而得到了很好的发展。企业能否挺过考验在很大程度上取决于业务的成熟度。”关超说。

在3W空间，企业“新陈代谢”明显提速。疫情缓解后，有几家企业搬走，同时又有新企业入驻。“据了解，这些创业公司中有一家搬到了更远的地点办公，有一家做线下教育的企业退租了，还有一家应该是倒闭了。”关超说，关闭的这家企业其实在疫情发生之前经营就挺困难，疫情加速了一些企业“新陈代谢”的过程。

“疫情缓解之后创业者们更加谨慎了，更加注重经营成本，同时也更重视布局线上业务。”关超说，以前一些企业可能靠线下的业务就能过得很好，不太重视线上部分。疫情则推动大家转变思维，加速数字化转型。

3W空间富有活力的氛围折射出整个中关村的风貌。“今年1月至8月，中关村企业总收入同比增长9.9%；从业人员同比增长7.1%，中关村创新创业活跃度正在迅速恢复。”中关村管委会副主任朱建红表示，今年新冠肺炎疫情对全球经济社会发展造成严重影响，但没有阻碍新一轮科技革命和产业变革的步伐。

创业人员踏实专注

创客总部成立于2003年，是首批科技部备案众创空间、首批中关村硬科技孵化平台。在位于北京市海淀区中关村大街18号的互联网教育创新中心，创客总部孵化器合伙人陈荣根告诉记者，大概从2015年开始，中关村乃至全国的创业趋势就发生了变化。“以前社会创业者较多，现在则是出自高校和科研院所的人越来越多；以前更多是偏向互联网领域的模式创新，现在则偏向以成果转化为核心的硬科技。”陈荣根分析，这种变化是多方面原因造成的，比如互联网模式创新已经比较成熟，创新空间越来越小，创业企业较难获得脱颖而出的机会等。与此同时，伴随着传统产业的加

速转型升级，一大批人工智能、生物技术、光电芯片、新材料、新能源等领域的硬科技得以大显身手，进而有了更多的创业机遇。疫情发生后，创客总部竭尽全力为平台上的企业提供减免租金、政策辅导、融资支持、市场营销等多方面帮助。一路走来，陈荣根观察到，从企业的发展情况看，疫情带来了创业企业的“两极分化”，一些相对偏线下的企业面临较大挑战；一些生物医药、在线产品等领域企业反而获得更多机会，加速了成长。

“疫情让各场景应用前沿科技的动力明显增强，从而拓展了硬科技企业的市场空间。是否积极创新——这一关键因素拉开了同类企业之间的差距。”陈荣根说，疫情让创业者更加考虑产品的刚需性和竞争力，大家对经营业务更加聚焦，更突出了专业化，变得更踏实了。

“现在更多是潜心精进地创业。”陈荣根分析，在之前盛行的互联网模式创业背景下，更多是面向消费者端的业务，创业者更注重口碑传播和各种推介，线下交流十分火热。当创业向硬科技转型，业务更多面向企业端，客户不是喝几杯咖啡就能争取来的。因此大家更多保持一种内敛、低调的状态，把主要精力投入到技术研发，用优质的技术和产品真正打动客户。疫情进一步加速并强化了这种转变。

与商业模式创新不同，科技创业需要经历从技术攻关到产品研发再到规模化生产的较长周期，需要的支持更多。今年3月，中关村管委会将18家硬科技孵化器纳入中关村孵化器支持体系。这18家硬科技孵化器链接253家大企业、266所高校以及378家投资机构，孵化面积达36.6万平方米，已投入资金超10.7亿元。其中，设备投入达5亿元，能够为相关产业领域初创企业提供技术研发、检验检测等配套服务。

创新氛围更加浓厚

截至目前，中关村高新技术企业达到2.5万家，国家高新技术企业约1.6万家，每年新创办的科技企业超过2万家；年度研发投入投入达到2233亿元，强度超过6.3%，是全国平均水平的2.8倍。走进中关村创业大街的北京大学创业训练营，记者看到很多年轻人坐在工位上忙碌。他们的座位上方悬挂着企业的名称牌，不大的空间内容纳了五六家企业的约20名工作人员。

“90后”罗涛就是其中的一员。他参与



上图 中关村创业大街。
右图 3W空间内创业公司的工作人员正在忙碌。
本报记者 董碧娟摄



创建的北京彩橙科技有限公司，研发了一款以金句语录为主题的文化情感类轻阅读APP“句读”，每日活跃用户达20万人。

谈及疫情对他们的影响，罗涛直言“影响不大”，因为他们主要面向相对年轻的线上用户。由于疫情原因，很多年轻人用于线上娱乐和交流的时间比以往更多，反而给他们带来了拓展业务的机遇。“疫情发生后，我们APP用户数据实现较大增长。”罗涛说，自己此前在一家互联网公司上班，利用业余时间和朋友开发了这款APP，做出来后发现还挺受欢迎，他就辞了职专心创业。创业这条

路可不简单，除了考虑创意和技术外，也要为日常运营做好安排。

“我们团队之前在别处办公，今年9月初搬到创业训练营。因为团队人员不多，租独立的办公场所挺麻烦的，这里一个工位每月1000多元钱，相关的办公服务也有了，能够让我们更专心工作。”罗涛说。

当然，除了以上原因，罗涛团队更看重的是训练营里活跃的创新氛围。罗涛发现，他们公司入驻后，陆陆续续又有几家企业搬了进来。不到一个月，这里的办公间就已经满满当当了。创业者们聚在一起，为了各自的事业正开足马力一路向前。

□ 董碧娟

让更多小舢板乘风破浪

点评

尽管受到新冠肺炎疫情冲击，北京中关村的创业者们依旧展示强大的韧劲和活力。活力背后是合力，既有国家及时出台减税降费等一系列大力度助企纾困政策帮助企业渡过难关，也有各孵化器、众创空间等创业服务平台全力帮扶企业，还有不断完善的创新生态和创业者更趋成熟的综合本领。

当前，疫情给创新创业带来的不确定性依然存在。“双创”主体犹如大海中的一艘艘小舢板，抗风险能力相对较弱，要让其破浪前行就需要进一步落实好各项助企纾困政策，不折不扣送达优惠，切切实实为企业减负。另一方面，要继续

深化“放管服”改革，打造市场化、法治化、国际化营商环境，探索符合新经济特点的内容审慎监管模式，全方位激发企业的创新活力。

近年来，创新创业更青睐“硬科技”的趋势加速显现。硬科技企业对研发条件、人才支持、资金帮扶、成果转化等多方面有着更多诉求。各创业服务平台应瞄准新趋势，聚焦“双创”者的新需求，着眼长远发展，提供更加及时、专业、优惠的服务。

创新创业者也要积极结合疫情带来的一些新的技术应用场景，加大研发力度，增强创新本领，主动开拓更大的市场空间。同时，也要进一步审视自身在运营管理、人才使用、市场推广等方面存在的不足，加大力度强身健体补短板。

新动能

油脂、蛋白质、碳水化合物是人体所需营养素，油料作物作为油脂和蛋白质的主要来源，富含各种天然活性功能成分，与人民健康和美好生活息息相关。目前，我国油料常年种植面积约4.5亿亩，在保障国家食品安全和社会稳定中具有重要战略地位。

但是，应该注意到，我国油料产业自给率偏低，食用植物油自给率仅为30%，进口集中度高、营养品质不优等问题突出。随着国际贸易与新冠肺炎疫情的双重不确定性，油料进口不稳定性逐步增大，油料产业面临的形势比任何时期都要严峻。

油料产业未来如何发展？在日前由中国农业科学院油料作物研究所主办的科技创新引领油料产业高质量发展研讨会上，多位院士表示，油料产业科技创新要以国家需要、市场需求、人民生命健康为导向，加强顶层设计 and 前瞻布局，加强全产业链挖掘与全产业链开发，推动重大科技任务攻关和高水平创新平台建设，推动国际油料研究中心向中国转移，加快构建以国内大循环为主、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

中国工程院院士、南京农业大学教授盖钧镒认为，我国油料作物生产应以发展产量为核心任务，提高综合自给能力，为人民的油脂与蛋白需求提供坚实保障。中国工程院院士、中国农科院副院长王汉中指出，要以发展国产食用油比重较高的菜籽油为重点，通过理想株型改良、高密高产栽培技术等手段大幅提高油料作物单产，逐步增强我国油料产业的风险应对能力，推动“藏粮于技”战略落实落地。

针对当前油料附加值低、经济效益差等问题，中国工程院院士、华中农业大学教授傅廷栋认为，要拓展油料作物饲用、菜用、肥用、蜜用、观赏等新功能，与美丽乡村建设、发展旅游业相结合，与保护农田生态环境相结合，大力提升产业经济、社会、生态效益。

中国农科院油料作物研究所所长黄凤洪表示，当前，要以油料产业供给侧改革为主线加强协同创新和链式集成创新，提出以全产业链开发、全产业链挖掘的“双全”模式，引领油料产业向功能型、效益型、生态型以及三产融合的方向高质量发展。

据介绍，在安徽望江，科研人员集成示范全营养缓释专用肥、病虫害绿色高效综合防控、机械收获适度管理、7D功能型菜籽油产地加工等技术，建立了油菜全产业链绿色高效技术模式，实现了油菜高产、高油、高抗、高品质以及高效益，大面积示范田每亩综合效益达到3600元。

在江西婺源，科研人员以功能型菜籽油、功能型油菜茎、油菜花农旅融合三大类主导产品开发为重点，集成多功能油菜新品种、菜油两用技术等关键技术，全产业链挖掘“油”“菜”“花”“蜜”等价值模块价值，实现了油菜三产融合发展，使油菜产业成为婺源经济的支柱产业。

近年来，中国农科院油料作物研究所通过大力实施乡村振兴油料科技支撑“863”行动，建设了湖北松滋、江西婺源、安徽望江等8个综合示范区，辐射带动60个以上重点示范县和300个以上微观经营主体，促进科技成果集成转化应用，为油料产业新模式、新业态提供技术解决方案。

促进设计与全产业链融合创新——

第八届深圳国际工业设计大展开幕



图为2020第八届深圳国际工业设计大展现场。
邹雨涵摄(中经视觉)

本报讯 记者杨阳报道：以“以变求存：设计的后丛林时代”为主题的2020第八届深圳国际工业设计大展近日在深圳会展中心开幕。本届大展聚焦国际设计发展趋势，结合“线上+线下”双线融合模式，旨在搭建设计圈协同、产业链整合、跨领域链接和创新的服务平台，构建前沿设计的生态系统。

据了解，本次国内外300多家参展商中，除国内外一线设计公司、创新中心外，还吸引了华为、华大基因等企业首次参与，通过呈现一系列创新产品、装置及概念，展示设计与城市之间密不可分的关系，为大湾区制造业和设计服务企业带来全新理念、思维、方法与路径，促进设计与全产业链融合创新。

数据显示，目前深圳市各类工业设计机构及企业近2.2万家，其中，工业设计专业公司1000余家，工业设计高新技术企业700余家，工业设计师及从业人员超过15万人，强大的设计群体为深圳创意及制造业发展提供了强大的动力源。

在本届设计展上，工业和信息化部工业文化发展中心主任罗民表示，新时期下，坚持“设计+产业”融合、设计与科技融合、设计与文化融合，是深圳设计产业的未来趋势。深圳市副市长聂新平表示，在新的历史起点上，深圳工业设计要进一步聚焦新一代信息技术、可穿戴设备、数字经济、智能装备、生命健康等战略性新兴产业和未来产业，打造具有国际影响力的高水平对外开放合作平台，进一步推动全产业链创新发展，助力深圳加快建设具有全球影响力的创新创业创意之都。

本版编辑 李景

累计技术交易额超8.5亿元——

国网双创平台为成果转化插上“翅膀”

本报记者 王轶晨

创之道

“我们与国网双创平台联合开展成果转化，已有三款创新成果上架电商物资选购专区、国网省管企业一级采购专区，2019年线上交易额达到了1398万元。”近日，江苏南通诺诺防洪工程发展有限公司负责人介绍，进入平台前，该公司每年创新成果销售额只有450万元。

据了解，国网双创平台由国网电商公司承建运营，至今已助力550余项创新成果实现转化，累计技术交易额超过8.5亿

元，带动产业链上下游百家生态链企业协同创新、融通发展。

据国网电商公司双创中心总经理罗鹏介绍，目前，平台已汇聚创客超过2.2万名、专家超过3000位、项目超过1万个，组建了超过800人规模的内外成果转化经理人队伍。

在罗鹏看来，资源共享是创新的关键，体制机制是创新的保障，知识产权是创新的“铠甲”，资金投入是创新的助力，成果转化为创新插上“翅膀”。

整合优势资源及服务能力，服务创新企业发展，是国网电商公司为双创注入活力的一项重要举措。面对疫情冲击，国网

电商公司创新打造“资源+资本+服务”双创生态，助力创新型中小企业稳健成长。

宁波天弘电力器具有限公司是浙江省一家经营电力生产及安全工器具的创新型企业，该公司创新业务岗位需求随项目进展变化较大。固定工位对成本消耗很大，他们急需灵活弹性的工位。办公场地的高开支，曾使该公司负责人颇为犯难。

该公司在今年8月30日入驻国网双创示范中心后，境况出现了明显改观，灵活的办公工位大幅降低了公司成本。

据了解，为解决创新型中小企业资金问题，国网电商公司充分发挥资本赋能作用，运用国网公司双创平台类孵化培育资

金，设立国网电商能源互联网双创基金。

“我们利用基金资金赋能生态圈企业，帮助其完善治理结构、优化内控制度、整合战略资源，加速成果转化，提升‘造血’能力。”国网电商公司双创中心基金管理负责人杨城晨告诉记者，下一步将强化资金与资本的关键支撑作用，加大孵化培育资金（基金）投资力度，年内完成20个以上项目投资。

此外，2018年推出的双创产品专有品牌“国网小e”，成为国家电网有限公司打通双创成果商业化运营“最后一公里”的关键一招。“国网小e”以“互联网+技术交易”为重点，探索建立统一的技术创新标准和创新创业成果孵化转化服务规范，专业化开展成果挖掘、价值评估、市场分析和品牌赋能等创新成果转化全链条服务。

国网电商公司双创中心成果转化负责人李超介绍，“国网小e”通过与成果所有人开展专利合作，实现了双创系列产品的品牌化、市场化运作。下一步将继续发挥“国网小e”的品牌效应，开展新技术新成果征集、筛选和转化、推广，促进更多创新成果在更大范围、更深层次快速转化。